



hey mann

Heymann & Partner Rechtsanwälte | Taunusanlage 1 | 60329 Frankfurt am Main

Landgericht Köln
Luxemburger Straße 101
50922 KölnHeymann & Partner
RechtsanwälteTaunusanlage 1
60329 Frankfurt am MainT: +49-69-768 063 - 0
F: +49-69-768 063 - 15
E: info@heylaw.de

www.hey law.de

0249.001 KS/CMW
(bitte bei Antwort angeben)

Dr. Friedrich Klinkert

Thomas Heymann

19.11.2008

Adi Seffer

Dr. Katharina Scheja

Prof. Dr. Jens Ekkenga

Dr. Lars Lensdorf

Dr. Sabine Pittrof
LL.B. (Jah. N.S.W.)

Titus Walek

Dr. Andreas Müller-Driver
LL.M. (Georgetown),
Attorney-at-Law (N.Y.)Dr. Henning Bloß
LL.N. (London)

Piet Bubenzer

Walter Born
Fachanwalt für Arbeitsrecht

Udo Steger

Nora Keßler

Eva Feßz

Dirk Hochapfel

Dr. Peter Gunnior

KLAGE**der Facebook Inc., 471 Emerson Street, CA 94301-1605 Palo Alto, USA,
vertreten durch ihre Board-Mitglieder Mark Zuckerberg, Jim Breyer, Peter
Thiel und Marc Andreessen,****- Klägerin -**Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte Heymann & Partner,
Taunusanlage 1, 60329 Frankfurt am Main,**gegen****die StudiVZ Ltd., Saarbrücker Straße 38, 10405 Berlin, vertreten durch ih-
re Geschäftsführer Dennis Bemann, Michael Brehm und Dr. Clemens
Riedl,****- Beklagte -**wegen Unterlassung, Schadensersatz und Feststellung aus u. a. Unlauterem
Wettbewerb, Urheberrecht.**Vorläufiger Streitwert: 1.000.000,- Euro**



Namens und in Vollmacht der Klägerin erheben wir – unter Einzahlung der Gerichtskosten durch Verrechnungsscheck – Klage und werden beantragen, wie folgt zu erkennen:

1. **Die Beklagte wird verurteilt, es zu unterlassen,**
 - a. **den „Look & Feel“ und die Bildschirmoberfläche wie aus Anlagen A 1 bis A 4 ersichtlich oder Bearbeitungen hiervon zu vervielfältigen und/oder öffentlich zugänglich zu machen, insbesondere durch**
 - aa. **Verwendung eines Doppelbalkendesigns wie aus Anlage A 1 ersichtlich und/oder**
 - bb. **Verwendung des spezifischen Farbschemas wie aus Anlagen A 2 ersichtlich und/oder**
 - cc. **Verwendung des dreispaltigen Webseitenaufbaus wie aus Anlage A 3 ersichtlich und/oder**
 - dd. **Verwendung einer Typographie (Schriftart und Schriftgröße) wie aus Anlagen A 1, A 2 und A 3 ersichtlich und/oder**
 - ee. **Verwendung eines Stylesheets wie aus Anlage A 1 ersichtlich und/oder**
 - ff. **Verwendung einer Anstups-Funktion („gruscheln“) in der konkreten Gestaltung wie aus Anlage A 4 ersichtlich und/oder**
 - gg. **Platzierung von Schaltflächen, Funktionsfeldern und Informationsfeldern wie aus Anlagen A 1, A 2 und A 3 ersichtlich,**
 - oder solche Handlungen durch Dritte vornehmen zu lassen.**



- b. im geschäftlichen Verkehr die Bildmarke der Klägerin Registernummer 30663271.3 (Anlage K 10) wie aus Anlage A 5 ersichtlich zu benutzen, insbesondere unter dem Zeichen Dienstleistungen anzubieten oder zu erbringen, wie in Anlagenkonvolut K 5 geschehen.
 - c. den Quellcode wie auf der DVD in Anlage K 22 (vertraulich, nur für das Gericht) ersichtlich oder Bearbeitungen hiervon zu vervielfältigen oder vervielfältigen zu lassen.
- 2. Es wird festgestellt, dass die Beklagte verpflichtet ist, der Klägerin wegen der Handlungen gemäß Klageantrag 1 für die Zeit seit dem 01.01.2005 Schadenersatz für die dadurch eingetretenen und künftig noch eintretenden Schäden zu leisten.
- 3. Die Beklagte wird verurteilt, der Klägerin, bezogen auf den in Klageantrag Nr. 2 genannten Zeitraum, schriftlich Auskunft zu erteilen und Rechnung zu legen über Zeitpunkte und Umfang von Handlungen nach Klageantrag 1 sowie in welcher Höhe die Beklagte Erlöse infolge der Handlungen gemäß Klageantrag 1 erzielt hat, insbesondere – aber nicht darauf beschränkt – aus Werbung und Kooperationen mit anderen Unternehmen, und wie hoch die diesen Erlösen gegenüberstehenden Gemeinkosten sind.
- 4. Die Beklagte trägt die Kosten des Verfahrens.
- 5. Das Urteil ist für vorläufig vollstreckbar zu erklären.

Bei Vorliegen der Voraussetzungen des § 307 oder des § 331 ZPO beantragen wir bereits jetzt

den Erlass eines Anerkenntnis- oder Versäumnisurteils.



Vorbemerkung

Die Beklagte betreibt seit dem 11. November 2005 unter den Namen StudiVZ, SchülerVZ (seit 21.02.2007) und meinVZ (seit 28.02.2008) ein sich an verschiedene Benutzergruppen richtendes Soziales Netzwerk im Internet, das eine unmittelbare Nachahmung der Webseite der Klägerin ist. Facebook ist seit 04.02.2004 auf dem Markt in den USA aktiv und versucht seit Anfang 2008 verstärkt auch unter anderem auf dem deutschen Markt Fuß zu fassen, der ihr aber durch die plagiative Webseite der Beklagten versperrt ist. Hierüber ist zwischen den Parteien bereits ein Rechtsstreit in den USA anhängig, was den dortigen Markt betrifft; die Beklagte hat in Stuttgart (Az.: 17 O 423/08) eine negative Feststellungsklage eingebracht, die durch diese Klage unzulässig wird.

Die Klägerin wird nachfolgend darlegen, dass die Beklagte die Webseite der Klägerin bewusst kopiert und über Jahre hinweg systematisch fast ausnahmslos jede der jeweiligen von der Klägerin durchgeführten Veränderungen – insbesondere im Hinblick auf neue „features“ – einfach kopierend angepasst hat. Die Klägerin wird nachweisen, dass die Art und Weise dieser Übernahme unter mehreren rechtlichen Aspekten rechtswidrig ist.

Da dieser Rechtsstreit den Kern der Geschäftstätigkeiten der Klägerin und der Beklagten betrifft, betrachtet die Klägerin den nachfolgenden Vortrag als vertraulich und bittet darum, entsprechende Vorkehrungen zu treffen. Die Klägerin wird gleichfalls jeglichen Vortrag der Beklagten als vertraulich betrachten und dementsprechend behandeln.



Inhaltsverzeichnis

	Randziffer
I. Zu den Parteien	1 - 2
II. Zum Tatsächlichen	
1. Das Netzwerk der Klägerin	3 - 6
2. Einzigartiger Look and Feel	7 - 18
3. Das Netzwerk der Beklagten	19 - 28
4. Erfolgsgeschichte des Angebots der Klägerin	28 - 31
5. Frühe Plagiatsvorwürfe gegen die Beklagte in der „community“	31 - 40
6. Technische Dokumentation der plagiativen Webseite	40 - 55
7. Die Entstehung von „StudiVZ“	56 - 58
8. Anlehrende Übernahme vs. Dreistes Kopieren	59 - 66
9. Quellcode-Diebstahl	67- 70
10. Einräumung der Gründer der Beklagten	71- 79
11. Vorsätzlichkeit der Nachahmung	80 - 83
12. Entstandene Marktverwirrung und Herkunftstäuschung	84- 93
13. Beeinträchtigung des guten Rufs der Klägerin	94 - 105
14. Wettbewerbsverhältnis der Parteien, Vermögens- einbuße der Klägerin	106 - 109
15. Bemühungen der Klägerin um eine einvernehmliche Lösung	110 - 114
III. Zur Rechtslage	
Zuständigkeit	115 - 119
1. Zu den Klageanträgen 1. a. und b.	120
1.1 § 8 UWG i.V.m. §§ 3, 4 Nr. 9 UWG	121 - 140
1.2. § 14 Abs. 5 MarkenG iVm. § 14 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 2, Abs. 3 Nr. 3 MarkenG	140 – 157
2. Zum Klageantrag 1 c	157 - 161
3. Zum Klageantrag 2.	162 - 167
4. Zum Klageantrag 3.	168 - 169



Im Einzelnen:

I. Zu den Parteien

- 1 Die Klägerin ist eine „Incorporated“ mit Sitz in Palo Alto, USA. Sie wurde im Februar 2004 gegründet und bietet unter der Domain www.facebook.com ein kostenloses sogenanntes Soziales Internet Netzwerk an, in dem jedermann nach Registrierung eine Profilseite erstellen und mit anderen Nutzern in Kontakt treten kann. Ein Farbausdruck der streitgegenständlichen Webseite der Klägerin ist beigelegt als

Anlage K 1 und K 4.

- 2 Die Beklagte wurde als britische Limited mit Sitz in Birmingham und Geschäftsräumen in Berlin im Oktober 2005 von Ehssan Dariani und Dennis Bemann gegründet. Seit 02.01.2007 ist die Beklagte Teil der Holtzbrinck-Gruppe. Sie bietet ebenfalls ein kostenloses Soziales Netzwerk im Internet an, welches unter den Domains „www.studivz.net“, „www.schuelervz.net“ und „www.meinvz.net“ betrieben wird. StudiVZ richtet sich an Studenten, SchülerVZ an Schüler und meinVZ an Jedermann. Farbausdrucke der aktuellen Webseiten der Klägerin sind beigelegt als

Anlagenkonvolut K 5.

II. Zum Tatsächlichen

1. Das Netzwerk der Klägerin

- 3 Das Netzwerk der Klägerin ist mit mehr als 120 Millionen Nutzern (Stand August 2008) eines der größten Sozialen Netzwerke im Internet der Welt und hat eine beispiellose Erfolgsgeschichte hinter sich.
- 4 So stammt das Angebot der Klägerin in Gestaltung und Funktion von den damaligen Harvard-Studenten Mark Zuckerberg (heutiger Vorstandsvorsitzender der Klägerin) und Dustin Moskovitz, welche die Ursprungsfassung der Webseite der Klägerin entwickelten und im Februar 2004 (zunächst nur für Harvard-Studenten) unter der Domain „www.thefacebook.com“ veröffentlichten. Im Jahr 2005 erwarb die Klä-



gerin die Domain „www.facebook.com“ und führte ihr Angebot unter dieser Domain fort. Außerdem entfiel das „the“ aus dem Namen, so dass die Klägerin seither nur noch Facebook heißt. Ein Farbausdruck der Webseite der Klägerin von Oktober 2005 liegt anbei als

Anlage K 1

und ist hier abgebildet.



Eingangs-Seite Oktober 2005

E-mail

Password:

Login Register

facebooklogin register about faq

Welcome to the Facebook!

The Facebook is an online directory that connects people through social networks at schools.

Now there are two Facebooks: one for people in college and one for people in high school.

The site is open to a lot of schools, but not everywhere yet. We're working on it.

You can use Facebook to:

- Look up people at your school.
- See how people know each other.
- Find people in your classes and groups.

Login Register

about contact jobs announce advertise terms privacy

a Mark Zuckerberg production

Facebook © 2005

Login-Seite Oktober 2005

Main
Login
Register

facebooklogin register about faq

Login

Email:

Password:

Login Register

If you have forgotten your password, click here to reset it.

about contact jobs announce advertise terms privacy

a Mark Zuckerberg production

Facebook © 2005

Registrierungs-Seite Oktober 2005

E-mail

Password:

Login Register

facebooklogin register about help

Registration

Register for College Register for High School

To register for facebook.com, just fill in the fields below. You will have a chance to enter additional information and submit a picture once you have registered.

Name:

Status: Undergrad ?

Email: school

Password:

☐ I have read and understood the Terms of Use, and I agree to them.

* You can choose any password. It should not be your school password.

Register Now!

about jobs announce advertise terms privacy

a Mark Zuckerberg production

Facebook © 2005

[My Profile](#)
[My Friends](#)
[My Photos](#)
[My Groups](#)
[My Places](#)
[My Events](#)
[My Messages](#)
[My Account](#)
[My Privacy](#)

Enter to win our Extreme TV Upgrade Sweepstakes worth \$25,000!
 Here are just a few of the cool prizes:
 • 47" & 50" Panasonic Plasma HDTV
 • 20" Philips LCD HDTV
 • 30" Sony Home Theater
 • 32" Philips LCD HDTV
 • 13" Sony Wireless LCD TV
 • 700W Select2™ DVR
[enter now](#)

facebook
Naomi Gleit's Profile (This is you)

[View More Photos of Me \(2\)](#)
[Visualize My Friends](#)
[Edit My Profile](#)
[Edit My Picture](#)
[Edit My Privacy](#)

Information [edit](#)

Account Info
 Name: Naomi Gleit
 Member Since: Last Modified: October 16, 2005
Basic Info
 School: Stanford '05
 Major: Alumnus/Alumna
 Gender: Female
 Science, Technology, and Society
 07/18/83
 Brooklyn, NY 11215
 Stuyvesant High School '01
 naomi@facebook.com
 naomi1983
 917.655.1998
 green things, like nature and clarkia.
 my job is to club datin
 sorry, haven't read since high school english.
 illa premiss
 "All those macclathes she gotta do plates..."
 - Kanye west
 "If we were not so single-minded
 about keeping our lives moving,
 and for once could do nothing,
 perhaps a huge silence
 might interrupt this sadness
 of never understanding ourselves
 and of threatening ourselves with death.
 Perhaps the earth can teach us
 as when everything seems to be dead in winter
 and later proves to be alive."
 - Pablo Neruda
 tell me about you.
 Humble workman at Facebook
 ezra's co-worker

Personal Info

Friends:
 Clubs and More:
 Favorite Books:
 Favorite Movies:
 Favorite TV Shows:
 About Me:
Professional Info
 Job:
 Job Title:

Groups [edit](#)

I Thought We Were Boys • Kappa Kappa Gamma • Stanford Transfers •
 Brooklyn and Queens • Stanford Sorority Girls • Stay at Stanford • Graff's
 Beches • Class of 2005 • Ulight: for the Children of Uganda

Places [edit](#)

Naomi has no current places.

Friends at Stanford [edit](#)

Naomi has 156 Stanford friends.

Other Schools [edit](#)

Naomi has friends at...
 American (1)
 BC (2)
 MS. Holyoke (3)
 RWU (5)

facebook

My Photos

- My Profile
- My Friends
- My Photos
- My Groups
- My Places
- My Events
- My Messages
- My Account
- My Privacy

Find the flat panel TV that's right for you
with Click and Learn articles.

[shop now](#)



HOME DELIVERY AVAILABLE

Create a Photo Album

Have any photos to share? Add them here...

[Create Album](#)

Your Friends' Photo Albums

philippin photos
Logan Torrey Allgren (Cal Poly)
Created 21 minutes ago

Me
Tiffany Olivetti (Middlebury)
Created 1 hour ago

alibah
Scott Marlette
Created 2 hours ago

Darwin's Photos
Darwin Cruz
Uploaded 3 hours ago

[\[show all \]](#)

- [about](#)
- [contact](#)
- [jobs](#)
- [announce](#)
- [advertise](#)
- [terms](#)
- [privacy](#)

a Mark Zuckerberg production

Facebook © 2005

- 5 Das Netzwerk der Klägerin beruht nach der Gestaltung von Mark Zuckerberg und Dustin Moskovitz hierbei darauf, dass jeder Nutzer eine Profilseite von sich erstellt, auf der er die von ihm gewünschte Anzahl von Informationen über sich einstellt, z.B. regionale Angaben (Wohnort, besuchte Universität) oder Interessen und Hobbys. Andere Nutzer können diese Seite betrachten und Nachrichten auf der virtuellen Pinnwand des Profilinhabers hinterlassen oder den Nutzer grüßen, was innerhalb der Plattform „poke“ heißt, zu Deutsch in etwa „anstupsen“ oder „grüßen“.
- 6 Ferner führt jeder Nutzer eine Freundesliste. Mit den Nutzern auf dieser Freundesliste können Nachrichten ausgetauscht werden. Um neue Bekanntschaften zu schließen, kann eine Suche nach bestimmten Kriterien (Interessen, Hobbies etc.) durchgeführt werden. Außerdem kann jeder Nutzer ein Fotoalbum erstellen, in das er Fotos einstellt. Seit dem Start von „thefacebook.com“ sind eine Vielzahl von neu entwickelten Funktionen hinzugetreten. Eine Funktionsübersicht der Webseite der Klägerin ist beigelegt als

Anlage K 8.

2. Einzigartiger „Look & Feel“

- 7 Die Webseite der Klägerin ist aufgrund ihres innovativen „Look & Feel“ hierbei einzigartig. So haben sich die Gründer der Klägerin Mark Zuckerberg und Dustin Moskovitz ganz bewusst für eine schlichte und besonders übersichtliche Benutzeroberfläche der Webseite entschieden, welche die Benutzerführung besonders nutzerfreundlich gestaltet und nicht durch aufblitzende Werbefenster oder ähnliches ablenkt. Des Weiteren erlaubt die Webseite dem Nutzer keine individuelle Anpassung des „Look & Feel“ und behält daher eine stets wiedererkennbare äußere Gestaltung.

Beweis: Privatgutachten des US-amerikanischen Experten für Soziale Netzwerke Assistant Professor Clifford Lampe (**Anlage K 11**)

- 8 Der dreispaltige Aufbau der für Internet Netzwerkwebseiten absolut zentralen Profilseiten ermöglichte es dem Nutzer schon in einer frühen Version von 2005 (Seite 7 oben und **Anlage K 1**), links die Hauptfunktionen der Webseite mit einem Klick anzusteuern, in der Mitte die Funktionen der gewählten Unterseite ohne Umwege anzusteuern sowie ein Foto des



Profilinhabers zu sehen und rechts die Informationen über den Nutzer auf einen Blick zu erfassen. Facebook benutzt hierbei nur sehr wenige Grafiken, einen minimalistischen Stil, wobei das Nutzerfoto und ein kleines Werbefeld links noch die auffälligsten Grafiken sind.

Beweis: Privatgutachten des US-amerikanischen Experten für Soziale Netzwerke Assistant Professor Clifford Lampe (**Anlage K 11**)

Augenschein

Sachverständigengutachten

- 9 Gestaltungsprägend und eine Neuheit war schon in der frühen Version der Webseite der Klägerin ferner die einzigartige Verwendung eines einheitlichen Farbschemas. So war das Top-Banner der Webseite der Klägerin in dunklem Blau und darunter in hellerem Blau gehalten. Die Schrift befand sich in weißer Farbe in dem dunkelblauen Bereich, ganz links war das Logo der Klägerin zu sehen (siehe Abbildungen oben).
- 10 Diese Grundgestaltung der Webseite der Klägerin ist auch Gegenstand der Bildmarke Register-Nr. 30663271.3 (Ausdruck des Registerauszugs des DPMA anbei als

Anlage K 10).

- 11 In gespiegelter Weise wurde das Farbschema im eigentlichen Anzeigebereich in der mittleren und rechten Spalte verwendet. Überschriften waren hier in weißer Schrift und mit dem helleren Blau des Top-Banners unterlegt, das dunklere Blau des Top-Banners diente hier als untere Farbe.
- 12 Zudem bleibt beim typischen und jahrelang gepflegten „Look & Feel“ der Klägerin der Aufbau der Benutzeroberfläche auf jeder Unterseite der Webseite stets gleich, so dass der Nutzer selbst auf einer für ihn neuen Unterseite weiß, welche Funktion wo zu finden ist. Dies führt dazu, dass die Benutzeroberfläche von Facebook einen hohen Wiedererkennungswert und Identifikationsfaktor aufweist. Die Nutzer fühlen sich „wie zuhause“.



Beweis: Farbausdruck der Webseite der Klägerin von Oktober 2005 (**Anlage K 1**)

Privatgutachten des US-amerikanischen Experten für Soziale Netzwerke Assistant Professor Clifford Lampe (**Anlage K 11**)

Privatgutachten des ö.b.u.v. EDV-Sachverständigen Dipl.-Prog. Bernward Schrader, Seiten 16 ff. (**Anlage K 12**)

Sachverständigengutachten

- 13 Diese Entscheidungen der Klägerin bezüglich ihres „Look & Feel“ und ihrer Benutzeroberfläche stellte ein starkes Alleinstellungsmerkmal gegenüber anderen damals aktiven Sozialen Netzwerken dar, als die Klägerin 2004 den Markt der Sozialen Netzwerke betrat.
- 14 Insbesondere ein Vergleich mit anderen Webseiten aus der Anfangszeit der klägerischen Webseite und damit der Sozialen Netzwerke insgesamt macht diese Einzigartigkeit deutlich. So sind viele Webseiten mit Bildern, Animationen und verschiedenen Farben regelrecht überladen, wohingegen die Webseite der Klägerin dagegen wohltuend, schlicht, einheitlich und übersichtlich gehalten ist. So verfügt allein die Eingangsseite des Sozialen Netzwerks MySpace, das inzwischen von Facebook überholte vormals größte Soziale Netzwerk der Welt, über 14 Grafiken, die Eingangsseite von Facebook dagegen über eine. Auch an der Profilseite zeigt sich dieses Alleinstellungsmerkmal der klägerischen Webseite. So benutzt Facebook im minimalistischen Stil nur sehr wenige Grafiken auf der Profilseite, wobei das Nutzerfoto und ein kleines Werbefenster links die wesentlichen Grafiken sind. MySpace dagegen benutzt viele und sehr dominante Grafiken, um dadurch eine „wildere“ Benutzeroberfläche zu erzeugen. Die dagegen bewusst durchweg auf Benutzerfreundlichkeit ausgelegte Benutzeroberfläche von Facebook war zum Zeitpunkt der Erstveröffentlichung der Webseite der Klägerin eine Neuheit.

Beweis: Farbausdrucke der Webseiten anderer Anbieter Sozialer Netzwerke von November 2008 in Gegenüberstellung (**Anlagenkonvolut K 7**)

Privatgutachten des US-amerikanischen Experten für Soziale Netzwerke Assistant Professor Clifford Lampe (**Anlage K 11**)

Privatgutachten des ö.b.u.v. EDV-Sachverständigen Dipl.-Prog.
Bernward Schrader, Seiten 16 ff. (**Anlage K 12**)

Sachverständigengutachten

15 Die wesentlichen Alleinstellungsmerkmale der Benutzeroberfläche der Klägerin lassen sich daher wie folgt zusammenfassen:

- Facebook benutzt wenige Grafiken und einen minimalistischen Stil,
- Facebook benutzt ein einheitliches und unaufdringliches Farbschema,
- Facebook verwendet ein einzigartiges Farbschema des Top-Banners mit der dunklen Farbe oben und der helleren Farbe unten sowie der weißen Schrift auf dunklem Grund und einem Logo links oben,
- Facebook spiegelt das Top-Banner Farbschema im Anzeigebereich,
- Facebook benutzt einen dreispaltigen Aufbau der Profilseiten,
- Facebook schränkt die Individualisierung von Seiten ein,
- alle Unterseiten von Facebook sind einheitlich gestaltet.

16 Um den hierdurch erzielten hohen Erkennungsfaktor des „Look & Feel“ der klägerischen Webseite beizubehalten, hat die Klägerin stets nur behutsame Änderungen an der Gestaltung ihrer Benutzeroberfläche vorgenommen und die wesentlichen Erkennungsmerkmale unverändert gelassen. Stets wurde der dreispaltige Aufbau der Profilseite, ein maßgebliches Unterscheidungsmerkmal der Webseite der Klägerin von Konkurrenzangeboten, beibehalten. Das Farbschema blieb im Wesentlichen gleich und im Top-Banner wurde die weiße Schrift auf dunklem Grund konsequent durchgehend benutzt (siehe Abbildungen unten und in **Anlage K 4**).

Beweis: Farbausdruck der Webseite der Klägerin von September 2008
(**Anlage K 4**)

[illegible]

Facebook | Inbox - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Back Forward Stop Search Favorites

Address http://www.facebook.com/inbox/?ref=tn

WPR Select Validation 00:00:00 Transactions: 0 Auto Options Help

The new Facebook is here. Try it now

facebook

Search

Applications Photos Groups Events Marketplace Display Slide FunSpace Going Places more

Why online college rocks

1) Convenient 2) Some employers pay tuition 3) Higher salary with higher degree - 4) Top schools online.

More Ads | Advertise

Profile edit Friends ▾ Inbox (1) ▾

home account privacy logout

Inbox

Sent Messages

Notifications

Updates

Compose Message

Select: ☐

Shawn D Williamson Today at 1:23pm

Nicholas Cramer September 8 at 5:56am

Isha Klein July 21 at 5:29pm

Marisa Heath Chu July 20 at 7:25pm

Christine L. Delucchi July 9 at 4:37am

Glen Fox July 1 at 9:21am

re: Happy Friday

Wow. No memory of hanging up on you or you calling. See...

re: Hello!

Super busy day! I'm not sure if you will still get this, ...

The world needs more red hair!

Nico profile pic... the little red-head is stunning! Hope...

re: Hi! Happy 4th of July!

Yes, this is a fabulous venue to stay in touch! I love fa...

re: Hi Glenn!

Hey Brook! How's it going? Do you miss living overseas? ...

Search Inbox

LOOK AT YOU ALL ON TOP OF THINGS... SEE YOU SOON... GOT T...

Done

Friday, September 19, 2008

18

- 17 Das prägende Element der Aufteilung der Bildschirmoberfläche der Profileseiten in drei Spalten und die bewusst übersichtliche Aufmachung sind über die Jahre hinweg bewusst ebenso fortgeführt worden wie das besondere Farbschema und die im Top-Banner auf dunklem Grund befindlichen weißen Schrift. Für die Nutzer ist dieser Webseitenaufbau untrennbar mit der Klägerin verbunden.

Beweis: Privatgutachten des US-amerikanischen Experten für Soziale Netzwerke Assistant Professor Clifford Lampe (**Anlage K 11**)

Privatgutachten des ö.b.u.v. EDV-Sachverständigen Dipl.-Prog. Bernward Schrader, Seiten 16 ff. (**Anlage K 12**)

Sachverständigengutachten

- 18 Aus diesem Grunde hat die Klägerin erst wieder Ende September 2008 eine behutsame Erneuerung ihrer Webseite vorgenommen, welche die wesentlichen Erkennungsmerkmale beibehält.

3. Das Netzwerk der Beklagten

- 19 Die Webseite der Beklagten, zunächst „www.studivz.de“, später außerdem „www.studivz.net“ und „www.studivz.com“, war von Beginn an eine (deutschsprachige) Übernahme der Webseite der Klägerin. Die Benutzeroberfläche wurde nahezu 1:1 übernommen, wobei die einzige Änderung der Austausch der Farben Dunkelblau/Hellblau durch Rot/Hellrot ist (siehe Abbildungen unten).



Eingangs-Seite Dezember 2005



E-Mail:

Passwort:

Noch kein Account?

**STUDIVERZEICHNIS**

einloggen | immatrikulieren | über uns | hilfe

Bist Du schon drin?

- Finde andere Studis an Deiner Hochschule!
- Finde heraus, was für Leute in Deinen Lehrveranstaltungen sitzen!
- Finde Kommissionen für Lern- und Übungsgruppen!
- Finde heraus, wer wen kennt!



Über uns | Kontakt | AGB | Datenschutz

Login-Seite Dezember 2005



Hauptseite
Einloggen
Immatrikulieren

**STUDIVERZEICHNIS**

einloggen | immatrikulieren | über uns | hilfe

Einloggen

E-Mail:
Passwort:

Passwort vergessen?

Über uns | Kontakt | AGB | Datenschutz

Registrierungs-Seite Dezember 2005



Hauptseite
Einloggen
Immatrikulieren

**STUDIVERZEICHNIS**

einloggen | immatrikulieren | über uns | hilfe

Immatrikulieren

Immatrikulieren - Schritt 1

Für Deine Immatrikulation beim Studiverzeichnis brauchen wir nur Deinen Namen, Deine E-Mail-Adresse und Deine Hochschule (mit Land). Denk Dir auch ein Passwort aus!

Vorname:
Nachname:
Geschlecht:
Land (Hochschule):
Email:
Art der Email-Adresse:
Passwort:
Passwort wiederholen:

Über uns | Kontakt | AGB | Datenschutz

Sämtliche prägenden Elemente der Benutzeroberfläche von Facebook wurden wie aus den Abbildungen oben und unten ersichtlich übernommen:

- Die bewusst besonders schlichte, übersichtliche und daher auf Benutzerfreundlichkeit optimierte Bildschirmoberfläche,
- das einzigartige Farbschema des Top-Banners mit der dunklen Farbe oben und der helleren Farbe unten sowie der weißen Schrift auf dunklem Grund und einem Logo links oben,
- das Spiegeln des Top-Banner Farbschemas im Anzeigebereich,
- der dreispaltige Aufbau der Profilseiten mit der exakten Verteilung der Hauptfunktionen links, den Unterfunktionen und dem Profilfoto mittig und den Informationen rechts,
- die eingeschränkte Individualisierung von Seiten,
- die Einheitlichkeit aller Unterseiten.

Beweis: Farbausdruck der Webseite der Beklagten von Dezember 2005 (**Anlage K 2**) und Farbausdruck der Webseiten der Beklagten von November 2008 (**Anlagenkonvolut K 5**)

Gegenüberstellung von Screenshots der Webseiten von Facebook und StudiVZ aus dem Jahr 2005 (**Anlage K 3**)

Gegenüberstellung von Screenshots der Webseiten von Facebook und StudiVZ aus dem Jahr 2008 (**Anlage K 6**)



Eingangs-Seite November 2008



E-Mail
|

Festschritt

Anmelden

Immatrikulieren

PIETSHOW

Neues von der
Pietshow!

STUDIVERZEICHNIS

anmelden immatrikulieren Hilfe Klartext

Bist Du schon drin?

Jetzt kostenlos anmelden!

- Finde andere Studenten an Deiner Hochschule
- Finde alte Freunde wieder
- Finde heraus, wer wen über welche Ecken kennt
- Finde Partner für Sport, Lernen und Freizeit
- Finde heraus, was für Leute in Deinen Lehrveranstaltungen sitzen
- Vernetze Dich jetzt auch mit meinVZ-Nutzern
- Vergiss keine Geburtstage mehr – studiVZ erinnert Dich automatisch



Immatrikulieren
Jetzt einschreiben

Entdecke studiVZ
Was bringt mir das?

Über uns AGB Presse Jobs Banner Impressum Datenschutz Verhaltenskodex Sicherheit

Profilseite November 2008



Suche

Start

Meine Seite ändern

Meine Freunde

Meine Fotos

Meine Gruppen

Nachrichtendienst

Mein Account

Privatsphäre

PIETSHOW

Neues von der
Pietshow!

STUDIVERZEICHNIS

suche einladen Hilfe Klartext boutique einstieg raus hier

Frederik Mayers Seite (Uni Heidelberg)

Plauderkasten



Meine Seite bearbeiten

Mein Foto bearbeiten

Meine Privatsphäre

Frederik ist gerade ...

Bearbeiten

Halte Deine Freunde auf dem Laufenden.

Freunde (gleiche Hochschule)

Frederik hat keine Freunde an der Uni Heidelberg.

Freunde auf meinVZ

Frederik hat einen Freund in ...

Frankfurt am
Main (1)

Verbindung

Das bist Du!

Information

Account

Name Frederik Mayer

Vorname studVZ

Mitgliedsch. 16.10.2008

Letztes Update 17.10.2008

Allgemeines

Hochschule Uni Heidelberg

Status Student(in)

Geschlecht männlich

Kontakt

Persönliches

Arbeit

Lehrveranstaltungen

Keine

Planwerk

Etwas schreiben

Keine Einträge

Über uns AGB Presse Jobs Banner Impressum Datenschutz Verhaltenskodex Sicherheit



Nachrichten-Seite November 2008



Start

Meine Seite [ändern](#)

Meine Freunde

Meine Fotos

Meine Gruppen

Nachrichtendienst

Mein Account

Privatsphäre



zoomer.de **NACHRICHTEN**



Bundesliga-Transfers
Volltreffer im neuen Klub

STUDIVERZEICHNIS

[suche](#) [einladen](#) [hilfe](#) [kontakt](#) [boutique](#) [einlog](#) [raus hier](#)

Meine Nachrichten

[Postkasten](#)



Du hast keine Nachrichten.

[Inbox](#)

[Gesendet](#)

[Nachricht schreiben](#)

Du hast noch keine Nachrichten bekommen. Am Besten, Du schreibst Deinen Freunden, dann füllt sich auch bald Dein Posteingang!

[Über uns](#) [AGB](#) [Presse](#) [Jobs](#) [Banner](#) [Impressum](#) [Datenschutz](#) [Verhaltenskodex](#) [Sicherheit](#)

PIETSHOW! DIE SERIE AUF STUDI.VZ

Jeden Dienstag und Freitag ab 16.30 Uhr neue Folgen



Start

Meine Seite

Meine Freunde

Meine Fotos

Meine Gruppen

Nachrichtenzentral

Mein Account

Profilansicht

Hier gibt's nichts zu sehen!

Neue Leute einladen

Denk mal...

E-Mail Contact Pro

Ihre Freunde einladen

Gruppen erstellen

Verlinkte Personen auf diesem Bild

Acid Forcemaister | California Mountain Snake | Coil Savers | Cry for Dawn | Gregor M. | H.M. Neumtauernd | Mademoiselle Miri | Mykkytälä Liu | stefania Heeschtra

Foto machen

Foto 1 von 1

Tanzan als Lebensversicherung "ja"

Album: Robitz machen - Leben ist da wo's brennt!

Mademoiselle Miri Und Paderborn schrieb am 16.04.2008 um 07:38 Uhr

- 21 Insbesondere wurde der dreispaltige Aufbau der Profilseiten sogar bis in die Pixelbreite der einzelnen Spalten hinein exakt kopiert. Auch Schriftart und Schriftgrößen wurden nahezu identisch übernommen.

Beweis: Farbausdruck der Webseite der Beklagten von Dezember 2005 (**Anlage K 2**) und Farbausdruck der Webseiten der Beklagten von November 2008 (**Anlagenkonvolut K 5**)

Gegenüberstellung von Screenshots der Webseiten von Facebook und StudiVZ aus dem Jahr 2005 (**Anlage K 3**)

Privatgutachten des US-amerikanischen Experten für Soziale Netzwerke Assistant Professor Clifford Lampe (**Anlage K 11**)

Privatgutachten des ö.b.u.v. EDV-Sachverständigen Dipl.-Prog. Bernward Schrader, Seiten 10 ff. (**Anlage K 12**)

Sachverständigengutachten

Man beachte bei der nachfolgenden Gegenüberstellung einer Facebook-Profilseite von Mai 2006 und einer StudiVZ-Profilseite von November 2008 vor allem die exakt gleiche Positionierung der Schaltflächen links sowie der Informationsfelder rechts, insbesondere „Information“ bzw. „Information“, „Groups“ bzw. „Gruppen“ und „Wall“ bzw. „Pinnwand“:

Search edit

My Profile
My Friends
My Photos
My Groups
My Events
My Messages
My Account
My Privacy

Panasonic
reward
yourself
with a
special
Panasonic
graduation
offer

go there now

Panasonic

[illegible]

studiVZ

1. Semester

Sport
Meine Seife
Lindern
Meine Freundin
Meine Fotos
Meine Gruppen
Nachrichtendienst
Mein Account
Physiophare

Hier gibt's nichts zu sehen!

California Mountain ist auf einem Foto
vertraut!

Alle Freunde von California Mountain
California Mountain eine Nachricht
schicken

California Mountain grüßchen

California Mountain als Freund
bezeichnen

California Mountain melden / abmelden

Gemeinsame Freunde:

Du hast keine gemeinsamen Freunde
mit California Mountain.

Freunde (geplante Nachrichten)

California Mountain hat 2 Freunde an
der USF San Francisco.

Seven
et Nine

Da
Diana
(Bianchi)

Freunde (andere Nachrichten)

California Mountain hat 24 Freunde an

suche ... laden ... info ... kontakt ... beitreten ... anfragen ... raus ... hier

Facebook

Vorstellung	Konto Verbindung gefunden
Information	

Account	California Mountain Snake
Name:	sluckZ
Virtuelle ID:	10.02.2008
Mitgliedschaft:	Letztes Update:
	10.02.2008

Allgemeines	USF San Francisco
Hochschule:	weltlich
Geschlecht:	15.02.1977

Persönliches	Twisted Nerve
Verbindungsname:	

Arbeit	Hidrauli
bei wem?	Atematikkommando Taktische Vorgehen
Firma:	

Gruppen	
---------	--

- Die ersten Medien
- In dieser Gruppe sind nur Prominente

Platzstand	Etwas schreiben Alle anzeigen
------------	---------------------------------

Zuge 10 von 12 Einträgen	
--------------------------	--

Magnus Berber (Uni Münster) schrieb
am 10.02.2008 um 00:21 Uhr

alles ok?

[Nachricht schicken]

Ringo Treubau? (Bremen) schrieb
am 27.02.2008 um 20:58 Uhr

Hj. ja hat er - n aber kein Drog!
Meine angekauften Kisten werden sich um ihn kümmern :>)

[Nachricht schicken]

Cry for Dawn (Uni Paderborn) schrieb

Ferner hat die Beklagte Textteile der Webseite der Klägerin identisch übernommen. So befinden sich auf der Startseite der Webseite der Klägerin von Oktober 2005 die drei Punkte „Look up people at your school“, „See how people know each other“ und „Find people in your classes and groups“. Die Beklagte hat auf ihrer Webseite von Dezember 2005 die vier Punkte

- „Finde andere Studis an Deiner Hochschule“ (was schlicht das „Look up people at your school“ der Klägerin direkt ins Deutsche übersetzt ist),
- „Finde heraus, was für Leute in Deinen Lehrveranstaltungen sitzen“ (was „Find people in your classes and groups“ ins Deutsche übersetzt ist),
- „Finde Kommilitonen für Lern- und Übungsgruppen“ und
- „Finde heraus, wer wen kennt“ (was dem „See how people know each other“ der Klägerin entspricht).



Die Beklagte hat insgesamt umfassend das Erfolgskonzept der Klägerin und ihre Webseite kopiert, das Logo der Klägerin durch ihres ersetzt, den Text ins Deutsche übersetzt und in der Reihenfolge verändert.

24 So wurden ebenfalls der

- Login-Bereich auf der linken Seite, mit dem Feld für die Email-Adresse oben und dem Passwort unten,
- die Schaltflächen oben rechts, mit der exakten Reihenfolge der Schaltflächen „login“ (Klägerin) bzw. „einloggen“ (Beklagte), „register“ (Klägerin) bzw. „Immatrikulieren“ (Beklagten), „about“ (Klägerin) bzw. „über uns“ (Beklagte) und „help“ (Klägerin) bzw. „hilfe“ (Beklagte) kopiert.

Beweis: Farbausdruck der Webseite der Klägerin von Oktober 2005 (**Anlage K 1**)

Farbausdruck der Webseite der Beklagten von Dezember 2005 (**Anlage K 2**)

Gegenüberstellung von Screenshots der Webseiten von Facebook und StudiVZ aus dem Jahr 2005 (**Anlage K 3**)

25 Auch bei den Funktionen, die einen wesentlichen Teil des „Look & Feel“ ausmachen, da sie dem Nutzer das Vertrautheitsgefühl geben, das Gefühl „zu Hause“ zu sein, hat sich die Beklagte eifrig bei der Klägerin „bedient“, wie sich aus nachfolgender Gegenüberstellung der wesentlichen Funktionen der Webseite der Beklagten und der Klägerin, auch beigefügt als

Anlage K 9,

ergibt.

26 Hier hat die Beklagte jeweils die Markteinführung einer neuen Funktion durch die Klägerin abgewartet und nur dann übernommen, wenn die neue Funktion von den Nutzern gut angenommen worden ist. War die Funktion erfolgreich, so wurde die Funktion von der Beklagten in gestalterisch gleicher oder ähnlicher Weise übernommen.

Beweis: Mark Howitson, Justitiar der Klägerin, als

- Zeuge -



<u>Funktion</u>	<u>Facebook seit</u>	<u>StudiVZ seit</u>
Anlegen und Gestalten einer Profilseite mit Foto des Nutzers	Februar 2004	November 2005
Suche nach Bekannten und Freunden	Februar 2004	November 2005
Hinzufügen von Personen auf eine Freundesliste	Februar 2004	November 2005
Grüßen oder Anstupsen anderer Nutzer	Februar 2004 unter der Bezeichnung "poke"	November 2005 unter der Bezeichnung „gruscheln“
Versenden von persönlichen Nachrichten an andere Nutzer	Februar 2004	November 2005
Gründung oder Beitritt zu Gruppen, in denen über bestimmte Themenbereiche diskutiert werden kann	September 2004	November 2005
Pinnwand auf der Seite des Nutzers, auf der andere Nutzer Kurznachrichten hinterlassen können	September 2004	November 2005
Einstellen von Videos und Fotos	Oktober 2005 (Fotos) Mai 2007 (Videos)	November 2005 (Fotos)
Markieren von Personen auf Fotos	Wahrscheinlich Oktober 2005 unter der Bezeichnung "tag"	September 2006 unter der Bezeichnung „Fotos verlinken“
Fenster, in dem der Nutzer seinen aktuellen Status (z.B. krank, traurig etc.) für andere sichtbar angeben kann	April 2006	Juni 2007
Beobachtungsliste, die über Neuigkeiten im Freundeskreis informiert	September 2006 unter der Bezeichnung "News-Feed"	Einführung wird nach eigener Aussage von StudiVZ geprüft
Einbindung von Applikationen externer Entwickler in die Webseite durch die Nutzer	Mai 2007	Einführung durch Beitritt zur „OpenSocial“-Initiative von Google im Oktober 2008 eingeleitet
Chatten mit Personen von der Freundesliste (Instant Messenger)	April 2008 unter der Bezeichnung "Chat"	Oktober 2008 unter der Bezeichnung „Plauderkasten“

- 27 Genauso verhält es sich mit den neueren Webseiten der Beklagten, SchülerVZ und meinVZ. Diese weisen den gleichen „Look & Feel“ wie die „Mutter“ StudiVZ auf, die selbst schon ein Plagiat der Webseite der Klägerin ist. Die Beklagte hat nur das Farbschema Rot/Hellrot (StudiVZ) auf Rosa/Hellrosa (SchülerVZ) bzw. Orange/Hellorange (meinVZ) variiert.

Beweis: Farbausdruck der Webseiten der Beklagten (**Anlagenkonvolut K 5**)

Augenschein der Webseiten „www.schuelervz.net“ und „www.meinvz.net“

4. Erfolgsgeschichte des Angebots der Klägerin

- 28 Beim Start am 04.02.2004 stand das Internetnetzwerk der Klägerin nur Studenten der Universität Harvard offen. Bereits Ende Februar war aber mehr als die Hälfte aller Studenten der Universität Harvard „eingetreten“. Daraufhin begann die Klägerin bereits im März 2004 ihr Angebot nach und nach für alle Studenten an Universitäten in den USA und sukzessive Kanada zu öffnen. Im September 2005 folgte eine Öffnung für US-amerikanische Schüler und schließlich im September 2006 die Öffnung für alle Menschen weltweit. Vor kurzem wurde die Marke von 120 Millionen aktiven Facebook-Nutzern weltweit überschritten.

Beweis im Bestreitensfall: Mark Howitson, Justitiar der Klägerin, als

- Zeuge -

Wikipedia-Eintrag über die Klägerin (wird ggf. nachgereicht)

- 29 Die Beklagte hat diesen Erfolg zum Anlass genommen, eine 1:1-Kopie von Facebook auf den deutschen Markt zu bringen. Hieraus haben ihre Gründer – Ehssan Dariani und Marc Bemann – auch gar keinen Hehl gemacht. So hat Ehssan Dariani zuerst gegenüber Spiegel International im Juli 2006 geäußert (Übersetzung durch die Unterzeichnerin):

„Es mag sein, dass wir uns am Facebook Layout entlang orientiert haben.“